

COS'È LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DI TERRITORIO?

PA, imprese, non profit, società civile
definiscono insieme nuove strategie di sviluppo locale
a cura di Milano Metropoli Agenzia di Sviluppo

*Sintesi del Workshop organizzato nell'ambito del
Salone della Responsabilità Sociale DAL DIRE AL FARE
Milano, Università Bocconi, 29 Settembre 2009*

Relatori: Renato Galliano, Direttore Generale, Milano Metropoli Agenzia di Sviluppo; Antonio Tencati, Assistant Professor in Economia e Gestione delle imprese e CSR, Università Bocconi di Milano; Giorgio Fiorentini, Responsabile settore IMPRESE SOCIALI NON PROFIT-IPAS "C. Masini", Università Bocconi di Milano; Alessia Maccaferri, Caposervizio, Nòva - Il Sole 24 Ore; Luisa Pedrazzini, Direzione Generale Territorio e Urbanistica, Regione Lombardia; Giovanni Manzotti, Servizio Promozione Attività Economiche, CCIAA di Ancona; Michele Mura, Presidente Calzificio Mura e Consigliere Centro Servizi Calza di Castel Goffredo; Achille Taverniti, Vice Presidente, ANCI Lombardia; Sergio Valentini, Direttore, Direzione Internazionalizzazione Unioncamere Lombardia e membro Comitato Scientifico della Fondazione Nazionale per la Diffusione della RSI; Giampietro Vecchiato, Associazione Veneto Responsabile e Vice Presidente Ferpi.

1. RESPONSABILITÀ SOCIALE TERRITORIO: COS'È? ESISTE DAVVERO? A QUALI CONDIZIONI?

Milano Metropoli, l'Agenzia di Sviluppo che opera sull'intera area metropolitana milanese, è da tempo impegnata a diffondere il concetto e le pratiche di Responsabilità Sociale, intesa come strumento necessario per lo sviluppo sostenibile e la competitività del territorio.

In quest'ottica ha organizzato questo Workshop dal quale è emerso un concetto chiave: esiste un indissolubile legame tra la **creazione del valore d'impresa** e la **qualità delle relazioni** che esse intrattengono con il sistema complesso dei propri **stakeholder**.

Le organizzazioni virtuose - siano esse profit, non profit o enti locali - sono sempre più quelle in grado di operare una sorta di rivoluzione copernicana: pur riconoscendo l'esistenza di un Network allargato di attori portatori di interesse nei loro confronti, non si pongono come il "sole" attorno a cui tutto ruota; semmai si considerano una parte del tutto, una parte del sistema complesso.

La sostenibilità economica delle imprese è ad esempio fortemente influenzata dalla sostenibilità delle relazioni che intrattengono con i propri stakeholder in senso allargato e quindi dalla loro capacità di creare **valori e valore**.

A vincere è dunque **"l'impresa collaborativa"**, ovvero quella che considera la Responsabilità Sociale non come qualcosa di residuale o "un di più", ma **un nuovo approccio complessivo alla gestione di impresa, uno strumento di controllo e rendicontazione delle performance aziendali**. Se le relazioni rappresentano dunque un asset cruciale, parlare di Responsabilità Sociale di Territorio significa in quest'ottica sostanzialmente fare riferimento a una **responsabilità "relazionale"** (quindi multidirezionale, basata sull'ascolto, trasparente e autentica);

un'innovazione di sistema frutto dell'**interazione** tra **impresa, attore pubblico locale e società civile**.

È tuttavia vero, però, che spesso non esiste una piena consapevolezza di Responsabilità Sociale da parte degli attori di un dato Territorio. Esiste semmai una serie puntuale di progettualità e azioni che andrebbero meglio integrate. In questo senso un ruolo da sempre importante è giocato dagli operatori intermedi, quali Camere di Commercio e Agenzie di Sviluppo, ovvero enti multistakeholder per definizione che fanno da cerniera tra il "locale" (ciò che il territorio esprime) e il "globale" (ciò che entra nel territorio), spesso mettendone alla prova la coesione interna.

Tra queste esperienze, sono state segnalate durante il Workshop:

- il *distretto ceramico di Modena-Sassuolo* (www.confindustriaceramica.it/asso/asso.nsf/home), e quello della Calza di Castel Goffredo (www.centroservizicalza.it) quanto riguarda il ruolo delle associazioni industriali e la capacità di promuovere innovazione sul territorio;
- la *NikeFoundation* (www.nikefoundation.org), per quanto riguarda il ruolo di imprese e non-profit;
- la *CCIAA di Ancona* (www.an.camcom.it), per quanto riguarda il ruolo dei soggetti pubblici che negli ultimi anni hanno messo in atto una serie di attività destinate non solo a premiare le imprese socialmente responsabili ma a creare un contesto favorevole, costruendo una relazione duratura con (e tra) i beneficiari, sostenendo quelle filiere che valorizzano la sostenibilità / responsabilità ecc.

Anche in **Lombardia** diverse istituzioni hanno mosso i loro passi per promuovere e far emergere iniziative che vedono nella Responsabilità Relazionale la chiave dello sviluppo sostenibile.

Con la legge per il governo del territorio (L.R. 12/2005) ad esempio, la **Regione** ha emanato uno strumento per attuare la sussidiarietà. Con essa ha inteso promuovere un **passaggio culturale**: dal territorio non più visto come "fondale muto", ma come un "teatro" nel quale gli attori locali sono chiamati ad interagire. Prova di ciò sono per esempio le esperienze della realizzazione di APEA (Aree Produttive Ecologicamente Attrezzate) intorno all'area di Malpensa e quella della rivitalizzazione dei piccoli centri alpini nell'ambito della cooperazione europea.

A questa esperienza può essere affiancata quella di **Unioncamere Lombardia** per le sue attività di promozione della CSR a supporto del tessuto produttivo locale, in particolare nei processi di internazionalizzazione.

2. COME MISURARE IL GRADO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE DI UN TERRITORIO, LA SOSTENIBILITÀ DEL SUO SVILUPPO?

Non esiste una risposta univoca e su questo tema è necessario lavorare ancora molto. Possono però essere presi in esame una serie di indicatori capaci di dare delle approssimazioni ragionevoli. Una di queste (legata specialmente alla questione ambientale) è stata messa a punto dalla **Commissione Europea**. Si tratta di 10 indicatori (*European Common Indicators*), consultabili su: http://ec.europa.eu/environment/urban/common_indicators.htm :

- soddisfazione dei cittadini nei confronti della comunità locale;
- contributo locale al cambiamento climatico globale;

- mobilità locale e trasporto passeggeri;
- accessibilità delle aree ricreative pubbliche e dei servizi locali;
- qualità dell'aria nell'ambiente locale;
- spostamenti casa-scuola dei bambini;
- gestione sostenibile dell'autorità locale e delle imprese locali;
- inquinamento acustico;
- uso sostenibile del territorio;
- prodotti che favoriscono la sostenibilità.

3. RST E CRISI ECONOMICA

La discussione non ha solo cercato definire cosa sia la RST, se esiste e a che condizioni si realizzi, ma ha anche permesso di mettere a fuoco il **rapporto tra RST e crisi economica**, accennando a casi concreti.

È stato sottolineato come la crisi economica sia stata originata da una **crisi dell'etica di impresa** e quindi di **fiducia del mercato**. In questo senso è necessaria una nuova **alleanza tra pubblico e privato** finalizzata a (ri)prendersi cura del **territorio**, ed evitare il ripetersi di certe pratiche.

A questo proposito si è accennato ad esempio all'esperienza di **Veneto Responsabile**, e in particolare al progetto di messa a punto di un **"patto comunitario veneto"**: le imprese, i soggetti istituzionali, il sistema del credito locale e gli enti locali vi aderiscono volontariamente con l'obiettivo di declinare la Responsabilità Sociale delle Imprese con uno sviluppo del Territorio armonico e integrato. Il tutto in un'ottica sussidiaria, tramite la costituzione di relazioni effettive e durature tra i diversi attori sociali, economici ed istituzionali, per ipotizzare uno sviluppo del territorio veneto virtuoso, sostenibile e condiviso

Un'altra idea concreta ha ripreso la definizione di RST come "approccio legato all'innovazione di sistema e all'approccio multistakeholder" e come strumento operativo per la creazione/valorizzazione di una **"filiera"** sussidiaria alla realizzazione di un welfare locale inteso in senso allargato, e comprendente tutte le dimensioni del concetto di cittadinanza (cultura, servizi di cura, servizi per la fruizione del territorio, accoglienza e ospitalità ecc).

Il quadro legislativo attuale (in particolare la legge 118/05 che disciplina le imprese sociali), gli effetti della crisi e le conseguenti contromisure recentemente adottate dal **Governo** e da **Regione Lombardia** che puntano ad innovare le politiche attive del lavoro e intensificare le misure straordinarie per la tenuta dei livelli occupazionali, sembrano dare spazio alla nascita ed allo sviluppo di progetti condivisi, orientati a favorire il reimpiego dei lavoratori in **processi di creazione di impresa sociale**. Sfruttando la possibilità, già prevista per legge, di ottenere la corresponsione anticipata dell'**indennità di mobilità** per investirla a particolari condizioni nell'avvio di un'attività di lavoro autonomo, e integrando tale opportunità con ulteriori strumenti e con un mix di risorse pubblico-private, è possibile immaginare **iniziative per favorire la riconversione parziale o totale di aziende in crisi in particolari settori produttivi e in particolari territori**.

Tali iniziative sarebbero atte a supportare la nascita di:

- **imprese sociali come “spin-off” di impresa for profit orientata al sociale** (associazioni, fondazioni, spa e srl senza distribuzione di utili) create anche con la partecipazione di una impresa for profit per il presidio produttivo e di scambio di attività e servizi all’impresa for profit stessa (si veda asilo nido, mutua integrativa, housing sociale, corporate university, soggiorni estivi, animazioni per i dipendenti pensionati ecc.) a favore dei dipendenti e del personale dell’“indotto” e delle piccole medie imprese del territorio/distretto che non avrebbero la capacità organizzativa, finanziaria, gestionale di attivare tale servizi;
- **imprese sociali come “saving company”**: che producono beni e servizi in attività produttive che vanno oltre l’azienda madre impiegando risorse umane che per l’impresa for profit risultano in esubero per crisi di mercato o finanziaria. In essa si collocano dipendenti che avrebbero la prospettiva di perdere il posto di lavoro, in cassa integrazione guadagni ordinaria o straordinaria o in mobilità con anche un’apertura agli inoccupati.

I possibili settori di attività di queste imprese sociali sarebbero in particolare:

1. quelli a valenza sociale ed integrativa all’attività della for profit di riferimento (asilo nido, colonie estive, mutue integrative, housing sociale);
2. settori meno colpiti dalla crisi, quali, ad esempio servizi turistici, *food and beverage* a *brand* di tradizione locale o altri ove è più facile la riconversione professionale dei lavoratori;
3. settori di nicchia indispensabili per i nuovi stili di vita e di consumo ai quali dovremo adattarci (come le energie rinnovabili) ed in quelli non delocalizzabili, a basso impatto ambientale e a km0;
4. settori che presidiano linee di prodotti/servizi senza griffe o sottomarca per mantenere o sviluppare quote di mercato aggiuntive oppure prodotti/servizi *white label* o *private label* (come i marchi privati della grande distribuzione);
5. settori ove si può configurare start up e sviluppo di imprese specializzate nel *low cost*;
6. settori di riqualificazione professionale che permetterebbero di cogliere la ripresa del dopo crisi in presa diretta, con rapidità ed efficacia.

Viene portato ad esempio il caso della **Passport Società Cooperativa Sociale** dell’associazione **Stella Maris’ Friend**, di Venezia, che tutt’oggi, con i suoi 5 operatori, è presente quotidianamente nel porto di Venezia e organizza i servizi di accoglienza e welfare dei marittimi, offrendo loro alcuni fondamentali servizi come lo *ship visiting*, *shuttle bus*, servizi informativi, newsletter ecc.

NETWORK SULLA RESPONSABILITÀ SOCIALE D’IMPRESA

Milano Metropoli Agenzia di Sviluppo intende continuare ad approfondire la discussione sul tema della Responsabilità Sociale di Territorio.

Attraverso il sito www.milanomet.it vuole promuovere e diffondere buone pratiche, avviare un dialogo con gli attori dell’area metropolitana milanese, e non solo, per sperimentare iniziative e strumenti basati sul concetto di Responsabilità Sociale di Territorio.

Gli attori interessati a dare il loro contributo sul tema possono scrivere a: sala@milanomet.it